



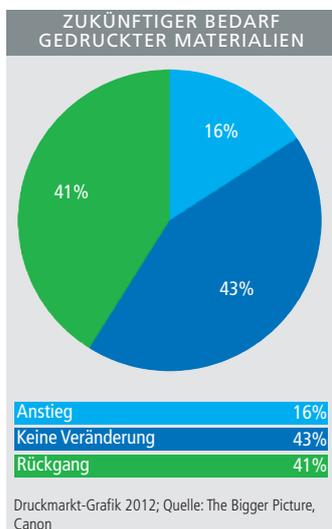
›TOUCHING MOMENTS – STRATEGISCHES SEHEN‹ ist der Titel des Jahreskalenders 2013, den Koenig & Bauer vor Weihnachten an Kunden und Geschäftsfreunde in aller Welt verteilt. In dem mit Matt- und Glanzlack veredelten Kalender im Hochformat 49 x 68 cm hat der für seine Arbeiten vielfach ausgezeichnete Fotograf Manfred Zimmermann 13 Motive kreativ ›veredelt‹, die er in der Druckmaschinenproduktion des KBA-Stammwerkes in Würzburg aufgenommen hat. Die farblich an der Jahreszeit orientierten Bildmotive entstanden in der Gießerei, Zahnrad- und Großteilefertigung, in der Lackiererei, der Montage und anderen Stellen in der fränkischen Wiege des Druckmaschinenbaus.

Typisch für die jährlich erscheinenden Bildeditionen des Hannoveraner Fotokünstlers ist das fehlende Kalendarium. Der Betrachter soll sich, losgelöst von Tagen und Wochen, ganz auf die persönliche Interpretation der Bilder konzentrieren können. Auch KBA hat bei dem dekorativen Wandkalender ganz bewusst auf das Kalendarium verzichtet und nur die Monate der einzelnen Kalenderblätter in einem zurückhaltenden Grauton eingedruckt.

Der Kalender umfasst insgesamt 14 Blätter und wurde im Kundenzentrum Radebeul auf einer großformatigen Rapida 145 und einer Mittelformat-anlage Rapida 106 produziert. Um die Farbintensität der beeindruckenden Fotografien zum Ausdruck zu bringen, wurde mit frequenzmoduliertem Raster und hochpigmentierten Farben gedruckt. Durch die damit bewirkte Farbraumerweiterung entstand ein fotorealistischer Eindruck, der durch eine gezielte UV-Spotlackierung seine Vollendung findet.

Der Wert von Print

In einer Studie hat Canon untersuchen lassen, wie Drucksachen-Einkäufer in Europa den Wert von Print einschätzen. Darin wird festgestellt, dass Print trotz der Verbreitung neuer Medien seine Position im Medienmix gut behauptet. Die Studie fördert aber auch Schwachstellen der Branche zutage, denn viele Printeinkäufer fühlen sich zu wenig über die Möglichkeiten des Digitaldrucks informiert. Lesen Sie mehr dazu auf Seite 14.



Vom 11. bis 15. Februar 2013 fanden die Hunkeler Innovationdays in Luzern zum zehnten Mal statt. Die wachsende Internationalisierung und das große Interesse der Hersteller und Besucher hatte Hunkeler dazu bewogen, den Event von bisher vier auf fünf Tage zu verlängern. Gegen den Trend, denn andere Messen verlieren an prominenten Ausstellern oder finden erst gar nicht mehr statt. Was es aus technischer Sicht in Luzern zu sehen gab, lesen Sie in der nächsten Ausgabe und in den ›Druckmarkt impressions‹.



CeWe hat den Einsendetermin für seinen Fotowettbewerb ›Europe is beautiful‹ bis zum 31. März 2013 verlängert. Fotobegeisterte können sich für das internationale Projekt registrieren und in vier Themenschwerpunkten bis zu zehn eigene Bilder hochladen. Bei den Kategorien handelt es sich um ›Menschen‹, ›Stadt und Land‹, ›Geschichte und Kultur‹ und ›Sport‹. Mitte 2013 werden die Gewinner durch eine fachkundige Jury ausgewählt. Die Teilnahme lohnt sich: Den Siegern winken Gewinne im Wert von über 30.000 Euro. Hauptgewinn ist eine Luxus-Kreuzfahrt für zwei Personen, zudem gibt es mehrtägige Reisen in europäische Hauptstädte, Fotokameras sowie Gutscheine für das CeWe Fotobuch zu gewinnen.



Metsä Board Kemi feiert die Produktion der dreimillionsten Tonne des gestrichenen White-Top-Kraftliners Kemiart. Nach dem Umbau der Streichmaschine und der Einrichtung eines zweiten Streichaggregats war das Werk Anfang des Jahres mit den neuen doppelt gestrichenen Qualitäten Kemiart Graph+ und Kemiart Lite+ in die Produktion gegangen. Abgerundet wird das Sortiment, das für jedes Druckverfahren den geeigneten Kraftliner bietet, durch Kemiart Ultra.

DAS MAGAZIN ALS

4-Gang-Menü

arcus design 2012 | www.arcusdesigns.de

Nicht etwa, dass wir den ›Druckmarkt‹ als Mahlzeit empfehlen würden, dennoch arbeiten wir wie Spitzenköche an stets neuen Menüs, um unseren Gästen – Ihnen, unseren Lesern – interessante Informationen aufzutischen. Und natürlich legen wir dabei Wert auf gute Zubereitung: Themen, die ansprechen (auch wenn sie vielleicht nicht jedem schmecken), Seiten, die übersichtlich gestaltet und angerichtet sind – und eine Qualität im Druck, die dem Anspruch der Branche entspricht. **Auch die Menüfolge kann sich sehen lassen.** ›Druckmarkt‹ bietet kleine Häppchen als tagesaktuell relevante Nachrichten auf der Homepage, vierzehntägig das PDF-Magazin ›Druckmarkt impressions‹ im Internet, alle zwei Monate das gedruckte Magazin und in loser Reihenfolge die ›Druckmarkt COLLECTION‹, in der schwere Themen leicht, aber umfassend zubereitet sind.

www.druckmarkt.de
www.druckmarkt.com
www.druckmarkt.ch

DRUCK  **MARKT**
macht Entscheider entscheidungssicher